

정유, 고도화 증설 부작용 우려

현대·GS 잇단 투자로 경쟁심화 ... 내수 정체에도 생산 과잉

현대오일뱅크가 현대중공업그룹에 편입되면서 공격적인 마케팅을 할 것으로 보여 본격적인 경쟁체제가 가시화되고 있다.

2010년 8월 소송을 통해 현대오일뱅크를 11년만에 되찾은 현대중공업은 그간 조직 정비와 문화를 현대식으로 바꾸는데 주력하고 2011년을 시장 공략의 원년으로 삼을 방침이다.

정유 시장은 내수시장 포화로 정유4사가 밸런스를 유지하면서 별다른 경쟁을 하지 않았으나 현대오일뱅크가 현대중공업과 현대·기아자동차를 등에 업고 점유율을 높여 나가면 조용했던 시장을 자극할 가능성이 높아지고 있다.

2011년에는 또 중질유를 경유나 휘발유로 만드는 고도화시설을 앞다투어 가동할 예정이다.

가장 먼저 고도화시설을 도입한 S-Oil의 고도화비율은 25.5%로 가장 앞섰으나 GS칼텍스가 2년간 2조6000억원을 들인 여수 고도화설비를 12월1일 상업가동하면서 비율을 29.3%로 끌어올려 S-Oil을 제쳤다.

현대오일뱅크의 현재 고도화비율은 17.4%이지만 2조1000억원을 투자한 제2고도화 설비가 상업가동하는 2011년 하반기에는 30.8%에 달해 1위로 부상할 전망이다.

그러나 내수시장이 정체된 상황에서 고도화설비 증설은 과잉생산이라는 문제를 낳을 우려가 있다.

남는 경유와 휘발유를 수출해야 하는데 국제 석유제품 시장은 가격 변동이 심해 정제물량의 50% 이상을 수출하는 국내 정유기업의 사업구조는 상당히 취약하기 때문에, 고도화 경쟁에 따른 부작용 해결에도 심혈을 기울여야 할 것을 지적되고 있다. <저작권자 연합뉴스 무단전재-재배포금지>

<화학저널 2010/12/27>